



PENGARUH *TECHNICAL CRITERIA*, *ECONOMIC CRITERIA*, *LEGALISTIC CRITERIA* DAN *INTEGRATIVE CRITERIA* TERHADAP BRAND SWITCHING SMARTPHONE OPPO

Oleh :

OCTAVIANY EKA WAHYUNING TYAS

NIM 2015-11-376

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**



PENGARUH *TECHNICAL CRITERIA*, *ECONOMIC CRITERIA*, *LEGALISTIC CRITERIA* DAN *INTEGRATIVE CRITERIA* TERHADAP BRAND SWITCHING SMARTPHONE OPPO

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muria Kudus

Oleh :

OCTAVIANY EKA WAHYUNING TYAS

NIM 2015-11-376

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
TAHUN 2019**

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *TECHNICAL CRITERIA, ECONOMIC CRITERIA, LEGALISTIC CRITERIA* DAN *INTEGRATIVE CRITERIA* TERHADAP *BRAND SWITCHING* SMARTPHONE OPPO

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus, 10 Agustus 2019

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



Dina Lusianti, SE, MM.
NIDN. 0630098401

Pembimbing I



Sutono, SE., MM., Ph.D.
NIDN. 0626017003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus



Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM
NIS. 0610702010101021

Pembimbing II



Noor Azis, SE., MM.
NIDN. 0609107501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Sungguh maha lembut Allah. Dia tidak akan menguji dan memberatkan hambaNya dengan sesuatu apapun di luar kemampuannya.

*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”.
(QS. Al-Baqarah: 286).*

PERSEMBAHAN :

Sujud syukur ku persembahkan pada Allah Yang Maha Kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan yang diberikan-Nya hingga saat ini penulis dapat mempersembahkan skripsi penulis pada orang-orang tersayang:

- ❖ *Bapak Eko Santoso dan Ibu Yuliati (kedua orang tua)*
- ❖ *Sheilla Anggun Rizka Yulia Putri dan Mesya Sabna Adma Dita (adik kandung)*
- ❖ *Muhammad Abdul Basith (suami)*
- ❖ *Clara Oktavia Nanda, Tiara Widhyastuti dan Angella Jelita Nirwana (sahabat)*
- ❖ *Teman-teman Manajemen Angkatan 2015*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“PENGARUH *TECHNICAL CRITERIA*, *ECONOMIC CRITERIA*, *LEGALISTIC CRITERIA* DAN *INTEGRATIVE CRITERIA* TERHADAP BRAND SWITCHING SMARTPHONE OPPO**”. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

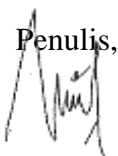
1. Dr. H. Suparno, SH. MS., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Universitas Muria Kudus yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dina Lusianti, SE, MM, AAK, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisni Universitas Muria Kudus yang telah merestui dan memberikan bimbingan dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
4. Sutono, SE., MM., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan fikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.

5. Noor Azis, SE., MM., selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
7. Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukungku secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
8. Muhammad Abdul Basith (suami) yang selalu mengajarku untuk menyikapi proses hidup dengan kesabaran yang selalu mendukungku.
9. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Aamiin.*

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 10 Agustus 2019

Penulis,


Octaviany Eka Wahyuning Tyas
NIM 2015-11-376

**Pengaruh *Technical Criteria*, *Economic Criteria*, *Legalistic Criteria* dan
Integrative Criteria terhadap *Brand Switching* Smartphone OPPO**

Octaviany Eka Wahyuning Tyas

NIM 2015-11-376

Pembimbing : 1. Sutono, SE., MM., Ph.D.
2. Noor Azis, SE., MM.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *technical criteria*, *economic criteria*, *legalistic criteria* dan *integrative criteria* terhadap *brand switching* Smartphone OPPO secara parsial dan simultan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Sampel adalah konsumen yang membeli Smartphone OPPO di Millenia Cell Kudus yang berjumlah 288 responden dan pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data variabel dengan menggunakan metode angket atau *questionnaire*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *technical criteria* berpengaruh positif terhadap *brand switching* Smartphone OPPO. *Economic criteria* tidak berpengaruh positif terhadap *brand switching* Smartphone OPPO. *Legalistic criteria* berpengaruh positif terhadap *brand switching* Smartphone OPPO. *Integrative criteria* berpengaruh positif terhadap *brand switching* Smartphone OPPO. *Technical criteria*, *economic criteria*, *legalistic criteria* dan *integrative criteria* berpengaruh positif terhadap *brand switching* Smartphone OPPO.

Kata Kunci : *Technical Criteria*, *Economic Criteria*, *Legalistic Criteria*,
Integrative Criteria, *Brand Switching*.

Daftar pustaka : 25 (tahun 2008-2018).

Effect of Technical Criteria, Economic Criteria, Legalistic Criteria and Integrative Criteria on Brand Switching OPPO Smartphones

Octaviany Eka Wahyuning Tyas

NIM 2015-11-376

Lecturer: 1. Sutono, SE., MM., Ph.D.

2. Noor Azis, SE., MM.

UNIVERSITAS MURIA KUDUS

FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS PROGRAM OF MANAGEMENT

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyze the influence of technical criteria, economic criteria, legalistic criteria and integrative criteria on brand switching OPPO smartphones partially and simultaneously. The approach used in this study is a quantitative approach. Samples are consumers who bought OPPO Smartphones at Millenia Kudus Cell, amounting to 288 respondents and sampling using purposive sampling. Variable data collection techniques using questionnaire or questionnaire. The data analysis technique uses multiple regression analysis, t test, F test and coefficient of determination (R²). The results showed that technical criteria had a positive effect on brand switching of OPPO smartphones. Economic criteria do not have a positive effect on brand switching of OPPO smartphones. Legalistic criteria have a positive effect on brand switching of OPPO smartphones. Integrative criteria have a positive effect on brand switching of OPPO smartphones. Technical criteria, economic criteria, legalistic criteria and integrative criteria positively influence the brand switching of OPPO smartphones.

Keywords: Technical Criteria, Economic Criteria, Legalistic Criteria, Integrative Criteria, Brand Switching.

References: 25 (2008-2018).

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAKSI.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Ruang Lingkup.....	7
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 <i>Technical Criteria</i>	12
2.1.1 Pengertian <i>Technical Criteria</i>	12
2.1.2 Indikator <i>Technical Criteria</i>	13
2.2 <i>Economic Criteria</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Economic Criteria</i>	14

2.2.2 Indikator <i>Economic Criteria</i>	15
2.3 <i>Legalistic Criteria</i>	15
2.3.1 Pengertian <i>Legalistic Criteria</i>	15
2.3.2 Indikator <i>Legalistic Criteria</i>	16
2.4 <i>Integrative Criteria</i>	17
2.4.1 Pengertian <i>Integrative Criteria</i>	17
2.4.2 Indikator <i>Integrative Criteria</i>	19
2.5 <i>Brand Switching</i>	20
2.5.1 Pengertian <i>Brand Switching</i>	20
2.5.2 Pembagian <i>Brand Switching</i>	21
2.5.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Switching</i>	22
2.5.4 Indikator <i>Brand Switching</i>	25
2.6 Hubungan Antar Variabel	26
2.6.1 Hubungan antara <i>Technical Criteria</i> dengan <i>Brand Switching</i>	26
2.6.2 Hubungan antara <i>Economic Criteria</i> dengan <i>Brand Switching</i>	27
2.6.3 Hubungan antara <i>Legalistic Criteria</i> dengan <i>Brand Switching</i>	28
2.6.4 Hubungan antara <i>Integrative Criteria</i> dengan <i>Brand Switching</i>	29
2.7 Penelitian Terdahulu	30
2.8 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	32
2.9 Hipotesis.....	34
2.9.1 Pengaruh <i>Technical Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	35

2.9.2 Pengaruh <i>Economic Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	36
2.9.3 Pengaruh <i>Legalistic Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	36
2.9.4 Pengaruh <i>Integrative Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	37
2.9.5 Pengaruh <i>Technical Criteria</i> , <i>Economic Criteria</i> , <i>Legalistic Criteria</i> dan <i>Integrative Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	38

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian	40
3.2. Pendekatan Penelitian	40
3.3. Jenis dan Sumber Data	41
3.4. Teknik Pengumpulan Data	41
3.5. Populasi dan Sampel	42
3.6. Definisi Operasional	43
3.6.1 <i>Technical Criteria</i>	44
3.6.2 <i>Economic Criteria</i>	44
3.6.3 <i>Legalistic Criteria</i>	45
3.6.4 <i>Integrative Criteria</i>	45
3.6.5 <i>Brand Switching</i>	46
3.7. Teknik Pengolahan Data	46
3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.9. Uji Asumsi Klasik	52
3.9.1 Uji Multikolinieritas	52
3.9.2 Uji Heterokedastisitas	52
3.9.3 Uji Normalitas	53

	Halaman
3.10. Analisis Data	54
3.10.1 Analisis Regresi Berganda	54
3.10.2 Uji Signifikansi Parameter Parsial (Uji t).....	54
3.10.3 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F)	56
3.10.4 Koefisien Determinasi (R^2)	57

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Smartphone OPPO	59
4.2. Statistik Deskriptif Data Penelitian.....	60
4.2.1 <i>Technical Criteria</i>	61
4.2.2 <i>Economic Criteria</i>	62
4.2.3 <i>Legalistic Criteria</i>	63
4.2.4 <i>Integrative Criteria</i>	64
4.2.5 <i>Brand Switching</i>	65
4.3. Uji Asumsi Klasik	66
4.3.1 Uji Multikolinieritas	66
4.3.2 Uji Heterokedastisitas	68
4.3.3 Uji Normalitas	69
4.4. Hasil Analisis Statistik	70
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.4.2 Uji t	73
4.4.3 Uji Statistik F.....	75
4.4.4 Koefisien Determinasi	76
4.5. Pembahasan.....	77
4.5.1 Pengaruh <i>Technical Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	77

	Halaman
4.5.2 Pengaruh <i>Economic Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	79
4.5.3 Pengaruh <i>Legalistic Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	82
4.5.4 Pengaruh <i>Integrative Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	84
4.5.5 Pengaruh <i>Technical Criteria</i> , <i>Economic Criteria</i> , <i>Legalistic Criteria</i> dan <i>Integrative Criteria</i> terhadap <i>Brand Switching</i>	86
 BAB V : PENUTUP	
5.1. Kesimpulan	88
5.2. Saran.....	89
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	<i>Smartphone Vendor Market Share</i> Tahun 2017-2018.....	6
Tabel 1.2	<i>Data Top Brand</i> Tahun 2018	7
Tabel 3.1	Hasil Uji Validitas	47
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas	49
Tabel 3.5	Hasil Uji Validitas	50
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen	51
Tabel 4.1	Deskripsi Hasil Penelitian.....	61
Tabel 4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	62
Tabel 4.3	Deskripsi Hasil Penelitian.....	63
Tabel 4.4	Deskripsi Hasil Penelitian.....	64
Tabel 4.5	Deskripsi Hasil Penelitian.....	65
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas	67
Tabel 4.7	Nilai Koefisien Regresi.....	71
Tabel 4.8	Hasil Uji t.....	73
Tabel 4.9	Hasil Uji Statistik F.....	75
Tabel 4.10	Hasil Koefisien Determinasi.....	76

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoretis.....	34
Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas.....	69
Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	70



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1	Kuesioner
Lampiran	2	Tabulasi <i>Try Out</i> Kuesioner X1-X3
Lampiran	3	Tabulasi <i>Try Out</i> Kuesioner X4-Y
Lampiran	4	Hasil Uji Instrumen X1
Lampiran	5	Hasil Uji Instrumen X2
Lampiran	6	Hasil Uji Instrumen X3
Lampiran	7	Hasil Uji Instrumen X4
Lampiran	8	Hasil Uji Instrumen Y
Lampiran	9	Tabulasi Kuesioner X1-X3
Lampiran	10	Tabulasi Kuesioner X4-Y
Lampiran	11	Hasil Uji Multikolinieritas
Lampiran	12	Hasil Uji Heterokedastisitas
Lampiran	13	Hasil Uji Normalitas
Lampiran	14	Hasil Analisis Regresi Berganda
Lampiran	15	Hasil Uji T
Lampiran	16	Hasil Uji Statistik F
Lampiran	17	Hasil Koefisien Determinasi (R^2)